

LG Dresden: Newsletter-Versender muss Einwilligung nachweisen

Wer Newsletter versendet, benötigt grundsätzlich die Einwilligung der jeweiligen Empfänger. Dieses gesetzliche Erfordernis wird ständig ignoriert. Die Empfänger von derartigen unbestellten Newslettern sind genervt. Das LG Dresden hat nun die ständige Rechtsprechung fortgesetzt: Wer ungefragt Newsletter verschickt, kann abgemahnt werden.

Vor dem LG Dresden (Urteil v. 30.10.2009, Az: 42 HKO 36/09) ging es um die Zulässigkeit der E-Mail-Werbung eines gastronomischen Betriebes, in welchem für eine kommende Veranstaltung geworben wurde. Empfänger dieser E-Mail war eine Rechtsanwaltskanzlei. Den Unterlassungsanspruch machte ein rechtsfähiger Verband zur Förderung gewerblicher Interessen geltend.

Verteidigung der Beklagten

Die Beklagte verteidigte sich damit, dass der Versand des Newsletters wohl aufgrund eines Versehens geschah:

“Sie behauptet, die im Übrigen bestrittene Absendung der E-Mail an die E-Mail-Adresse ... sei weder bewusst noch absichtlich verfolgt. Wenn überhaupt könne eine solche Versendung nur auf einen einmaligen und nicht vorhersehbaren Verschulden eines Mitarbeiters beruhen.”

Außerdem behauptete die Beklagte, die Kanzlei habe die E-Mail-Adresse bei einer Bestellung bekannt gegeben.

“Eine Versendung der E-Mail an die Rechtsanwaltskanzlei S. sei nicht anders zu erklären, als dass diese ihre E-Mail-Adresse zum Erhalt des Newsletters im Rahmen einer Bestellung oder ähnlichem zur Verfügung gestellt habe.”

Weiter argumentierte die Beklagte, dass jemand, der seine E-Mail-Adresse veröffentlichte konkludent mit Werbung einverstanden sei.

“Im Übrigen sei davon auszugehen, dass derjenige, der im Geschäftsverkehr seine E-Mail-Adresse veröffentlichte, damit sein konkludentes Einverständnis erkläre, dass potentielle Kunden E-Mail-Werbung zusendet.”

Beklagte versandte die E-Mail

Bestritt die Beklagte zunächst noch das Versenden des Newsletters, konnte dies unzweifelhaft nachgewiesen werden. Die Beklagte selbst gestand dies sogar ein, in dem sie mitteilen ließ, dass sie die Rechtsanwaltskanzlei nach deren Verhalten aus dem Verteiler gestrichen habe. Hierzu stellt das Gericht dann knapp und eindeutig fest:

“Dies setzt voraus, dass die E-Mail-Adresse ursprünglich im Verteiler des Newsletters der Beklagten aufgeführt war.”

Beweis der Einwilligung

Dass E-Mail-Newsletter grundsätzlich nur mit Einwilligung verschickt werden dürfen, ist klar und bedarf keiner weiteren Ausführungen. Der Zeuge (der Empfänger des Newsletters) hatte eine solche nicht erteilt.

“Die Beklagte ist für die Erteilung einer derartigen Einwilligung darlegungs- und beweisbelastet. Denn die unerbetene E-Mail-Werbung ist nach § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG grundsätzlich unzulässig. Daher hat die Beklagte als Verletzer diejenigen Umstände darzulegen und zu beweisen, die den rechtsbegründenden Tatsachen ihre Bedeutung nehmen. Hierzu gehört bei der E-Mail-Werbung das die Wettbewerbswidrigkeit ausschließende Einverständnis.”

Die Beklagte konnte aber noch nicht einmal substantiiert behaupten, dass die Einwilligung vorlag.

Mutmaßliches Einverständnis reicht nicht

Dass die Einwilligung ausdrücklich sein muss, ergibt sich schon aus dem Gesetz. Der Prozessvertreter der Beklagten versuchte dennoch das Gericht davon zu überzeugen, dass es ausreichend sei, dass jemand eine E-Mail-Adresse im geschäftlichen Verkehr benutze und damit sei mutmaßliches Einverständnis erkläre. Dieser Argumentation folgte das Gericht nicht.

“Ein mutmaßliches oder konkludentes Einverständnis liegt entgegen der Auffassung der Beklagten auch nicht in der Verwendung einer E-Mail-Adresse im geschäftlichen Verkehr. Ein Unternehmer signalisiert mit der Angabe seiner E-Mail-Adresse auf Geschäftsbriefen lediglich, dass er Geschäftspost und insbesondere Schreiben seiner Kunden unter der E-Mail-Adresse entgegen nimmt. Damit ist gerade der Natur der Sache nach kein Einverständnis in den Empfang von unbestellten Werbe-E-Mails zu erblicken.”

Einwilligung “irgendwann” erteilt

Die Beklagte rechtfertigte den Versand des Newsletters auch damit, dass der Empfänger irgendwann einmal sein Einverständnis erklärt habe. Hierzu führte das Gericht aus:

“Auch die Vermutung der Beklagten, die Versendung des Newsletters an die Rechtsanwaltskanzlei S. sei nicht anders zu erklären, als dass diese ihre E-Mail-Adresse zum Erhalt des Newsletters im Rahmen einer Bestellung oder ähnlichem zur Verfügung gestellt habe, ersetzt nicht den erforderlichen substantiierten Vortrag. Die Beklagte hätte insoweit im Einzelnen darzulegen gehabt, wann und auf welche Weise die Rechtsanwaltskanzlei S. den Newsletter der Beklagten bestellt habe. [...]

Im Übrigen verneinte der Zeuge S. die Frage, ob er oder sein Büro Kunde der K.F. sei, und erklärte weiter, er sei seit dem Jahr 1989 nicht mehr auf der F. K. gewesen.”

Fehlerhafte Speicherung der E-Mail-Adresse

Das Gericht stellte weiter fest, dass die Beklagte dafür Sorge zu tragen habe, dass in den Verteiler nur Adressen aufgenommen werden, deren Inhaber auch tatsächlich eine Einwilligung erteilt haben. Dabei habe die Beklagte sicherzustellen, dass es nicht zu fehlerhaften Zusendungen komme, etwa aufgrund von unrichtigen Eingaben oder Speicherungen.

Bagatelle?

Bereits nach altem Recht konnte die unzulässige Belästigung durch E-Mail-Werbung nicht als Bagatelle eingestuft werden, so das Gericht, da es bei der Bewertung nicht auf die einzelne E-Mail ankomme, sondern auf das gesamte SPAM-Aufkommen.

Mit dem Inkrafttreten des neuen UWG zum 30.12.2008 ist die Möglichkeit der Einstufung als Bagatelle aber komplett weggefallen, da unmissverständlich im Gesetz steht, dass E-Mail-Werbung ohne Einwilligung stets unzulässig ist (§ 7 Abs. 2. Nr. 3 UWG).

Streitwert

Den Streitwert für dieses Verfahren setzte das Gericht mit 7.500 Euro an. Damit wurde eine relativ preiswerte Newsletter-Kampagne für die Beklagte sehr teuer.

Fazit

Auch Shopbetreiber sollten ihre Newsletter-Datenbank nochmals kontrollieren und alle E-Mail-Adresse, bei denen das Vorliegen einer Einwilligung nicht nachgewiesen werden kann, sperren. Unerwünschte E-Mail-Werbung nervt den Empfänger. Abmahnungen wegen SPAM-Mails kann jeder ganz einfach verhindern, in dem er Newsletter nur mit Einwilligung verschickt. (mr)

Bildnachweis: Zerbor/shutterstock.com

Lesen Sie hier mehr zu dem Thema:

BGH: Anforderung an Einwilligung in E-Mail-Werbung im B2B-Geschäft

BGH: Bereits einmaliger Versand von Werbe-Mail ist rechtswidrig

Umfang des Unterlassungsanspruches wegen unerwünschter Werbe-Mails

5.000 Euro Ordnungsgeld wegen unerlaubter E-Mail-Werbung

Auch AG Düsseldorf empfiehlt "Double Opt-in" für Newsletteranmeldung

AG München: Einmaliger E-Mail-Kontakt stellt keine Einwilligung in E-Mail-Werbung dar

Vorsicht mit der Empfehlungsfunktion - Don't tell-a-friend?

OLG Düsseldorf: Geschäftsführer haftet persönlich für unzulässige E-Mail-Werbung